

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman semakin banyak bisnis baru yang bermunculan. Salah satu bisnis yang sedang ramai dilakukan oleh masyarakat adalah di bidang industri rumah makan. Baik kafe ataupun restoran yang menawarkan makanan dan minuman dengan cita rasa lokal maupun internasional. Persaingan dalam industri rumah makan ini telah menjamur diberbagai ibu kota, di Surabaya salah satunya. Berikut adalah data jumlah rumah makan di Surabaya.

Tabel 1.1
Jumlah Rumah Makan di Surabaya

Tahun	Jumlah (unit)
2013	391
2014	383
2015	713
2016	790

sumber: <https://jatim.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/137>

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pertumbuhan jumlah rumah makan di Surabaya meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa industri rumah makan memiliki prospek yang bagus mengingat salah satu kebutuhan pokok manusia adalah makanan. walaupun industri rumah makan mempunyai prospek yang bagus, tetapi tidak sedikit pula rumah makan yang dapat bertahan lama dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin hari semakin ketat.

Boncafe merupakan salah satu industri rumah makan di Surabaya yang telah berdiri selama 41 tahun sejak 28 Februari, yang didirikan pertama kali di Jalan Raya Gubeng Surabaya. Boncafe menawarkan beranekaragam menu seperti hidangan pembuka, menu utama, menu anak-anak, hidangan pencuci mulut, dan minuman. Boncafe cukup terkenal dengan menu *main course* andalannya yaitu

steak. Dengan terus bertransformasi dan tetap konsisten mempertahankan *service quality* dan *product quality* nya Boncafe telah memiliki tujuh gerai restoran di Indonesia. *Restaurant* Boncafe Surabaya memiliki 5 (lima) gerai yang berlokasi di jalan Raya Gubeng, Manyar Kertoarjo, Kupang Indah, Pregolan dan Graha Family. *Restaurant* Boncafe Samarinda memiliki 1 (satu) gerai yang berlokasi di jalan Ahmad Yani, serta *Restaurant* Boncafe Makassar memiliki 1 (satu) gerai yang berlokasi di jalan A. P. Pettarani.

Berdasarkan jumlah gerai yang dimiliki *Restaurant* Boncafe di 3 (tiga) Ibu Kota Besar, membuktikan bahwa Boncafe memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi. Meskipun memiliki banyak pesaing yang sejenis dengan Boncafe. Dengan selalu menjaga kualitasnya Boncafe patut untuk diberi penghargaan oleh Jawa Pos *Culinary Awards* pada tahun 2017 dan 2018.



Gambar 1.1

The Best Western Restaurant 2017 oleh Jawa Pos Culinary

Sumber: akun instagram @jawaposculinary



Gambar 1.2

The Best Western Restaurant 2018 oleh Jawa Pos Culinary

Sumber: akun instagram @jawaposculinary

Boncafe telah memiliki sertifikat ISO 22000:2005 mengenai standar keamanan pangan (boncafe.co.id). Tak hanya itu saja, Surabaya *Restaurant Award* juga telah menganugerahkan “*Lifetime Achievement Award*” sebanyak 5 (lima) kali berturut-turut kepada *Restaurant Boncafe* sebagai *Best Restaurant of The Year* (id.wikipedia.org). Alasan peneliti memilih *Restaurant Boncafe* Surabaya sebagai objek penelitian adalah berdasarkan eksistensinya yang baik selama 41 tahun dalam bersaing dengan ketat di industri rumah makan.

Dalam persaingan industri rumah makan *service quality* menjadi salah satu indikator kepuasan pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang baik, pelanggan akan merasa puas. Menurut Parasuraman dkk., (1998, dalam Lupiyoadi, 2001:148) adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Selain *service quality*, *product quality* juga merupakan indikator dari kepuasan pelanggan. Produk yang berkualitas tentu akan menyebabkan *customer satisfaction*. *Product Quality* (kualitas produk) menurut (Kotler dan armstrong,

2008:272) adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Price atau harga juga merupakan indikator dari kepuasan pelanggan. Ketika harga yang dibayarkan oleh konsumen sesuai dengan apa yang mereka dapatkan, maka konsumen akan merasa puas. Menurut (Tjiptono dan Chandra, 2012:315) harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk.

Customer satisfaction atau kepuasan pelanggan menurut Kotler (1997, dalam Lupiyoadi, 2001:158) kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan diharapkan.

Konsumen yang merasa puas akan menimbulkan sebuah loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) menurut (Rahmayanty, 2010:13) loyalitas adalah mengenai persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian pertama.

Alasan peneliti memilih judul penelitian “Pengaruh *Service Quality*, *Product Quality* dan *Price*, terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*” adalah untuk mengetahui pengaruh *Service Quality*, *Product Quality* dan *Price* pada saat konsumen makan di restoran tersebut sehingga merasa puas dan terbentuknya loyalitas konsumen. Seperti kita ketahui jumlah pelaku bisnis di industri rumah makan meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Meskipun demikian, tidak sedikit juga pelaku bisnis di bidang ini yang gulung tikar. Oleh karena itu, perlu dilakukan suatu penelitian agar dapat mengetahui variabel-variabel pembentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan di restoran Boncafe Surabaya.

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*?
2. Apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*?
3. Apakah *Price* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*?
4. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada Konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumuasan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji:

1. *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*.
2. *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*.
3. *Price* terhadap *Customer Satisfaction* pada Konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*.
4. *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada Konsumen di *Restaurant Boncafe Surabaya*.

1.4. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini mampu menghasilkan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan hasil yang nantinya dapat dimanfaatkan atau digunakan sebagai rujukan dalam mengembangkan kajian mengenai *Service Quality*, *Product Quality*, dan *Price* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* sehingga berguna sebagai refrensi untuk penelitian selanjutnya terhadap *Customer Loyalty*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan hasil yang nantinya dapat memberikan masukan pada restoran Boncafe Surabaya serta para pelaku bisnis di industri rumah makan agar dapat meningkatkan *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* melalui *Service Quality*, *Product Quality* dan *Price* dalam menghadapi ketatnya persaingan industri rumah makan.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibagi menjadi 5 (lima) bab yang disusun secara sistematis, sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang desain penelitian, identifikasi, definisi operasional, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik penyampelan, serta analisis data.

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data, dan pembahasan.

BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang simpulan, keterbatasan dan saran